

SMIFs Kvalitetscertifiering

Uppdaterad: 2017-10-18

Inledning

Medlemsföretag i SMIF ansöker om att få använda SMIFs kvalitetscertifikat för sin verksamhet och att äga rätt att använda certifikatet och dess varumärke i sin externa kommunikation.

SMIFs styrelse godkänner ansökan och därefter förbinder sig medlemsföretaget att följa de krav som redovisas i nedanstående dokument.

Dokumentets syfte

Detta dokument syftar till att fastställa riktlinjer för kvalitet i undersökningsuppdrag. Detta dokument syftar på intet sätt till att vara allomfattande, men avser vara ett stöd för SMIFs medlemmar i deras strävan att arbeta för och utveckla god kvalitet i undersökningsuppdrag.

Uppdateringar och förändring

Då undersökningsbranschen är stadd i ständig förändring kan detta dokument komma att kontinuerligt behöva uppdateras.

I skrivande stund påverkas branschen av en digitaliseringsprocess, vilket kan komma att påverka innehållet i detta dokument.

Medlemmar som väljer att skriva under detta dokument görs därför uppmärksamma på att följa eventuella förändringar, samt tillse att arbetet följer dessa riktlinjer.

Stockholm, 2017-10-18

Mattias Strandberg
Generalsekreterare SMIF

1. Övergripande krav

Organisation

Företaget ska tillämpa ett system för kvalitetsarbete som minst omfattar alla de krav i detta dokument.

Företagets ledning ska

- Aktivt arbeta för att företaget håller en hög kvalitet i sin service till kunderna
- Ansvara för utveckling och implementering av kvalitetsarbetet
- Säkerställa att rutiner och processer inom kvalitetsarbetet är ordentligt dokumenterade
- Säkerställa att medarbetare är insatta i tillämpliga etiska koder och yrkesmässiga regler, relevant lagstiftning och de procedurer och metoder som omfattar deras arbete
- Säkerställa att medarbetare har eller får nödvändig kompetens för att utföra sina arbetsuppgifter

Konfidentialitet

Om inget annat avtalas med kunden ska all unik information som kunden tillhandahåller för ett uppdrag behandlas konfidentiellt. Undersökningsresultat som är genererade för en enskild kund får inte användas i andra undersökningsprojekt för andra kunder utan den ursprungliga kundens medgivande. Undantag utgör undersökningsresultat som redan är publicerade/offentliggjorda av kunden.

Dokumentation

Procedurer, instruktioner och metoder som ingår i ett enskilt projekt ska vara dokumenterade och uppföljningsbara. All dokumentation kring ett projekt ska vara samlad på ett och samma ställe och/eller med tydliga hänvisningar till var dokumentation finns tillgänglig. Det ska tydligt framgå vad som är senaste version av arbetsdokument och vad som är slutgiltig version av ett dokument.

Underleverantörer av datainsamling

Företaget är helt och hållet ansvarigt för alla tjänster som utförs i samband med ett undersökningsprojekt inklusive delar som utförs av underleverantör. Undantaget är när val av underleverantör görs av kunden.

Företaget ska säkerställa att kontroll av kvalitet hos underleverantören kan genomföras.

Underleverantören ska tillhandahålla nödvändig dokumentation och information för att kunna genomföra uppdraget enligt den överenskommelse som gjorts.

Företaget ska kontinuerligt utvärdera underleverantören och inom skälig tid påpeka eventuella brister eller förbättringsområden i arbetet.

Hantering av brister och klagomål

Företaget ska ha ett system för att dokumentera, granska och lösa eventuella klagomål från kunden eller egna identifierade brister i undersökningsprocessen.

Lagar och etik

Företaget ska följa gällande lagstiftning i det land man verkar och följa de publicerade etiska reglerna för marknads-, opinions- och samhällsundersökningar.

2. Samarbetet med kunden

Dialog och dokumentation inför ett uppdrag

Företaget ansvarar för att säkerställa att kundens önskemål och behov uppfattas korrekt. När en förfrågan besvaras ska företaget tydligt ange om det råder eventuella oklarheter.

Det ska framgå när en förfrågan besvaras om det är ett kostnadsförslag eller ett komplett undersökningsförslag. Ett kostnadsförslag anses inte vara bindande utan utgör underlag för vidare dialog och förtydligande.

Om erbjudandet till kunden avser en studie med mer än en (1) kund ska det tydligt framgå.

Om kunden har tydliga önskemål om när en förfrågan ska besvaras ska företaget snarast möjligt meddela om svar inte kan levereras på utsatt tid.

Företagets erbjudande

Ett kostnadsförslag ska minst innehålla

- En totalkostnad som inkluderar alla kända moment som kan påverka kostnaden.
- Om det finns någon del av uppdraget som kan innehålla rörliga kostnader ska det framgå.
- Under vilken tidsperiod uppdraget kan utföras
- Vilken valuta kostnaden avser och huruvida skatt, i enlighet med lokala lagar, är inkluderad.

Ett undersökningsförslag ska, om inget annat överkommits mellan företaget och kunden, innehålla

- Undersökningens syfte och metod
- Frågornas ämnesområde, formulärets beräknade längd, analysansatsen och analysens omfattning
- Beskrivning av målpopulation, urvalsförfarande och rekrytering/screeningmetod. Om målpopulationens andel av den totala populationen påverkar kostnaden för projektet ska detta påpekas.
- En indikation på vilken tillförlitlighet urvalsstorleken ger och vilka och hur stora delmålgrupper som kan komma att särredovisas.
- Eventuella källor för sekundärdataanalyser och hur de ska användas
- Vilka delar som ingår i rapporteringen och vad leveransen består av
- Uppgift om eventuella underleverantörer kommer att anlitas och för vilka delar av uppdraget.
- Ett totalpris för uppdraget. Viktiga faktorer som kan medföra förändringar i priset ska tydligt anges. Kunden ska upplysas om att alla förändringar i projektplanen kan komma att påverka priset.
- Betalningsvillkor, valuta och om priset inkluderar skatt eller ej.
- Det offererade prisets giltighetstid.

Överenskommelse mellan företaget och kunden ska dokumenteras skriftligt. Minimum är skriftlig bekräftelse på slutlig version av undersökningsförslaget.

Projektplan

Om inte en projektplan redan beskrivits i undersökningsförslaget ska sådan upprättas med relevanta tidsangivelser och ansvarsfördelningar mellan företaget och kunden. Projektplanen ska (om tillämpligt) innehålla:

- En förteckning över dokument, material och information som ska tillhandahållas av kunden.
- Eventuell möjlighet (eller krav på) för kunden att godkänna ett slutgiltigt frågeformulär/intervjuguide.
- Beskrivning av fältarbete.
- Eventuell möjlighet (eller krav på) för kunden att godkänna analysplan.
- Leveransspecifikation.

Eventuella förändringar av kunden eller av företaget som påverkar tidplanen ska meddelas och godkännas av berörd part så fort som möjligt.

Samverkan med kunden

Om projektets syfte eller andra krav inte är tillräckligt tydliga från kunden ska företaget kunna kräva en mer detaljerad genomgång av kunden.

Företaget ansvarar för att komma överens med kunden och att skriftligt bekräfta de förändringar i projektplanen som kan påverka projektet.

Kunden ska informeras om att eventuella underleverantörer kommer att anlitas och för vilka delar av projektet. Detta ska ske innan projektstart. Eventuellt byte av underleverantör ska då också informeras till kunden. Om kunden så önskar ska kunden få information om vilka underleverantörer som anlitas.

Kunden ska ges möjlighet att utforma och granska frågeformuläret. Frågeformuläret ska godkännas av kunden om kunden så önskar.

Företaget ska vidta nödvändiga åtgärder för att säkerställa att respondenternas identitet skyddas och att kunden respekterar denna princip.

Om kunden så önskar ska företaget redogöra för vilka metoder som används för att analysera data.

Om kunden så önskar ska kunden konsulteras om hur undersökningsresultaten ska presenteras.

Frågeformuläret

Frågeformulärets innehåll, struktur och utformning är en väsentlig komponent för ett gott undersökningsresultat. Därför ska möjliga effekter av ordalydelse, frågeordning och svarsalternativ beaktas vid konstruktion av frågeformuläret.

Förtest av frågeformuläret ska göras om kunden eller företaget anser det nödvändigt.

Företaget ska säkerställa att fältarbetare (egna eller via underleverantör) får relevant projektgenomgång och användarinstruktioner. Om de metodmässiga kraven på intervjuare som deltar i projektet är högre än vad som ges inom ramen för det grundläggande utbildningsprogrammet ska projektspecifik utbildning genomföras.

Urval och databearbetning

Val av urvalsstorlek ska göras på sådant sätt att både den totala storleken och storleken på delmålgrupper är acceptabel för projektets syfte.

Om ett sannolikhetsurval dras ska varje individ eller enhet i målpopulationen eller urvalsramen ha en känd sannolikhet att inkluderas i urvalet. Den källa som används för urvalsdragning av enheter eller individer ska dokumenteras. Efterföljande vägning av data kan göras i syfte att motverka systematiska skevheter på grund av bortfall, undertäckning eller andra orsaker.

Om ett kvotaurval genomförs ska fördelningarna för relevanta urvalskriterier i målpopulationen vara kända och ingå i kvotaplanen. Antal intervjuer som ska genomföras för varje kvotagrupp ska anges och utfallet ska kontrolleras.

Om accespaneler används i ett undersökningsprojekt ska företaget rapportera följande till kunden:

- Metod för rekrytering till panelen.
- Urvalskriterier.
- Datainsamlingsmetod.

Om vägning används ska denna beskrivas på lämpligt sätt tillsammans med de vägningsvariabler som används.

Vid genomförande av kvantitativa mätningar ska företaget säkerställa att databearbetningen genomförs på ett sätt som minimerar felaktigheter, att kodning av öppna svar kontrolleras och att analyser och tabeller är korrekta. Standardiserade kvalitetskontroller ska vara dokumenterade.

Företaget ska ha dokumenterade processer för registrering av data, kodning, vägning, databearbetning och tabellering. Processarna ska vara anpassade efter den enskilda datainsamlingsmetoden. För varje enskilt projekt ska analysprocessen vara beskriven på ett sådant sätt att det säkerställer att gjorda bearbetningar kan upprepas vid senare tillfällen.

När data rapporteras till kund ska följande, i förekommande fall, beaktas:

- Referens till aktuell fråga som data tillhör.
- Beskrivning av vägningsmetoder som används.
- Tydlig identifiering av eventuella redovisade delmålgrupper.
- Information om undertryckande av celler och andra åtgärder för att säkerställa anonymitetsskydd.
- Varningar för resultat baserade på mycket små baser.

Om data levereras elektroniskt till kund ska följande kontrolleras innan data överlämnas:

- Kompatibilitet mellan filformat och mjukvaruspecifikation enligt överenskommelse med kunden.
- Fullständighet (korrekt antal filer och poster på varje fil).
- Strukturell beskrivning (om nödvändigt).
- Om tillämpligt, märkning av innehållet och instruktioner om ev. begränsningar i användandet av filen.
- Kryptering av filen om så efterfrågas.
- Viruskontroll.

Innan data släpps ska procedurer finnas och användas för att minimera risken för röjande av information från enskild respondent.

Undersökningsmaterial

Företaget ska hantera dokument, material och produkter som tillhandahålls av kunden varsamt och i enlighet med kundens instruktioner.

När dokument, material och produkter visas för eller används av respondenter ska företaget säkerställa att villkoren är desamma för alla respondenter och att materialet inte skadas eller förändras under undersökningens genomförande på ett sätt som gör att resultaten kan påverkas.

Företaget ska, och i förekommande fall tillsammans med kunden, säkerställa att relevant information ges till respondenten för säker användning och hantering av produkterna de erhåller.

Företaget ska säkerställa att dokument, material, produkter och databaser av konfidentiell eller känslig natur som tillhandahålls av kunden, hanteras konfidentiellt när dessa är inom företagets kontroll. Samt att de förvaras på ett sätt som gör att icke behöriga individer ej kan få tillgång till dem.

Rapportering

Företaget ska leverera undersökningsresultatet till kunden i den form och innehåll som beskrivits i undersökningsförslaget eller i enlighet med vad som senare överenskommit. Rapporten ska innehålla eller referera till nödvändig information som möjliggör för läsaren att förstå hur undersökningen har genomförts.

För kontinuerliga undersökningar ska företaget dokumentera och komma överens med kunden om rapportinnehåll och rapporteringsfrekvens.

Tolkningar av resultatet från undersökningen ska stödjas av resultatet och om tillämpligt av andra data.

Tolkningar och rekommendationer baserade på empiriska data ska särskiljas från personliga reflektioner och åsikter.

Basen för procentangivelser ska alltid redovisas.

Om data har vägts ska företaget beskriva vägningsprocessen om kunden så begär. Om kunden erhåller datafiler ska vikterna för varje respondent ingå i datafilen.

Muntliga presentationer ska göras av personer som är förtrogna med undersökningsprojektets ämne och är förtrogna med hur undersökningen har genomförts.

Riktigheten i alla rapporterade data och material ska kontrolleras före leverans till kunden.

Följande detaljer ska dokumenteras i undersökningsrapporten eller i ett separat dokument.

- Företagets namn.
- Kundens namn.
- Undersökningens syfte.
- Undersökningens målgrupp.

- Urvalsstorlek. Om urvalsstorleken avviker mot planerad urvalsstorlek ska orsaker till detta redovisas.
- Fältarbetsperiod.
- Urvalsmetod och/eller rekryteringsmetod.
- Datainsamlingsmetod.
- Svarefrekvens, om tillämpligt.
- Typ av respondentbelöning, om tillämpligt.
- Frågeformulär/guide och ev. visningsmaterial.
- Vägningssprocedur.

Företaget kan publicera undersökningsresultat i vetenskapliga eller andra syften om undersökningen genomförts på egen bekostnad eller om överenskommelse om publicering gjorts i kontakt med kunden eller om kunden senare ger tillstånd till publicering. Detta gäller även för presentationer i publika sammanhang. När undersökningsresultat publiceras ska resultaten i sig tydligt skiljas från tolkning av resultaten. Företaget ska också göra kunden uppmärksam på dennes skyldigheter i samband med publicering.

Vid publicering ska det tydligt framgå:

- Antal genomförda intervjuer.
- Metod.
- Fältperiod.
- Uppdragsgivare.

Dokumentering och lagring

Undersökningsdokument ska märkas på lämpligt sätt för att möjliggöra identifiering och spårning till ett specifikt undersökningsprojekt. Alla för projektet relevanta dokument och data ska märkas på detta sätt. Det ska framgå vilken version av dokumentet som är det slutgiltiga.

Om inte annat avtalats med kunden ska företaget bevara dokument och data i minst 24 månader. Pappersdokument som digitaliserats ska bevaras minst 3 månader efter avslutat projekt.

Om undersökningen upprepas senare eller om ytterligare undersökningar genomförs inom ramen för samma projekt ska förvaringsperioden starta när hela projektet är avslutat.

Dokumenterna ska lagras på ett sätt som säkerställer att dess innehåll inte kan ändras av obehöriga, att de inte kan förstöras, att de kan återskapas och att dess konfidentiella natur bibehålls.

Leverans av elektronisk data

Företaget ska säkerställa att varje datafil som överlämnas till kunden är komplett när det gäller antal poster och ingående variabler samt huruvida de innehåller någon ytterligare överenskommen information.

Överlämningen ska ske i det format som angivits i undersökningsförslaget eller som överenskommit senare.

Varje elektronisk överlämning ska märkas med angivelse om vilka datafiler den innehåller och tekniska detaljer om installation om så erfordras.

Om kunden så begär ska företaget använda lämplig kryptering eller annan lämplig procedur för att undvika att innehållet avslöjas vid elektronisk överföring.

3. Datainsamling

Ledningspersoner för datainsamling inkluderar: chefspersoner på huvudkontor och lokalt (inkl sådana som hanterar rekrytering), fältledare, fältteamledare, supervisors och supportpersonal som är inblandade i datainsamling.

Företaget ska ha rutiner som skyddar respondenternas konfidentialitet och som skapar tilltro bland respondenterna.

Identitetsmärkning av respondenter på undersökningsmaterial ska endast ske av undersökningstekniska skäl och för att möjliggöra kvalitetskontroller. Märkningen ska endast behållas så länge som krävs för att uppnå dess syften.

Ledningspersonal för datainsamling ska ha lämplig utbildning för de arbetsuppgifter som åläggs dem, inklusive fördelning av arbetsuppgifter, utbildning och bedömning av fältarbete samt validering av utfört arbete.

Personer i ledande ställning på fältavdelningen ska också regelbundet bedömas och ges återkommande utbildning för sina arbetsuppgifter.

Om inte annat specificerats ska alla fältarbetare erhålla en grundutbildning. Utbildningen ska tillhandahållas av företaget eller av tidigare arbetsgivare med motsvarande verksamhet och som uppfyller kraven i detta dokument.

Utbildningens omfattning och innehåll ska anpassas efter tilltänkta arbetsuppgifter. Om fältarbetare senare ska arbeta i olika typer av undersökningar som inte täcks in av grundutbildningen ska ytterligare lämplig utbildning ges.

Grundutbildningen ska, utöver intervjuarfärdigheter och andra relevanta färdigheter, innehålla

- Företagets särskilda krav inkl hur datainsamlingen leds och organiseras.
- Allmänna principer för marknads-, opinions- och samhällsundersökningar.
- Etiska krav, inklusive responsskydd och dataskydd.

Fältledningspersonal ska övervaka intervjuaren under dennas första arbetsdag och feedback ska ges till intervjuaren.

Grundutbildningslängd kan variera beroende på kommande arbetsuppgifter, men bör vara minst 4 timmar om intervjuaren i sitt arbete kommer att ha någon form av kontakt med respondenter. Om kortare grundutbildning genomförs ska detta motiveras.

Intervjuaren ska erhålla bevis på genomgången utbildning med beskrivning av innehåll och omfattning.

Fältarbetare som regelbundet anlitas av företaget (minst fem gånger per år) ska utvärderas minst en gång per år. I övrigt sker utvärdering vid lämpligt tillfälle. Utvärderingen sker i form av dialog och feedback. Utvärderingen ska identifiera eventuella behov av ytterligare utbildning.

Fältarbetare som har visuell kontakt med respondenter ska föras med ID-handling, helst med foto. ID-handlingen ska innehålla namn, giltighetstid, företagets namn och kontaktuppgifter.

Alla initiala kontakter med respondenten ska inkludera en översiktlig beskrivning av respondentens anonymitetsskydd, undersökningens huvudsakliga syfte och namn på företaget, eller om tillämpligt namn på underleverantören och/eller namn på uppdragsgivaren. Respondenten ska upplysas om att deltagandet är frivilligt. Respondenten ska alltid ges möjlighet att erbjudas företagets kontaktuppgifter.

Särskild varsamhet ska iaktas om respondenterna är barn eller om respondenterna på annat sätt kan betraktas som utsatta. Lämpliga åtgärder ska då vidtas för att säkerställa att respondenten eller vårdnadshavare förstår vad deltagandet innebär.

Fältarbetare ska erhålla genomgång/instruktioner för varje projekt, även om de engageras efter projektstart. Genomgång ska ges av medarbetare som har full kännedom om de villkor som gäller för projektet.

Fältarbetaren för kvantitativa projekt ska efter genomgång ha kunskap om

- Datum för fältarbete.
- Urvalsproceduren.
- Eventuella kvoter som ska fyllas.
- Andra särskilda behov.
- Formulärsinstruktioner.

Fältarbetaren för kvalitativa projekt ska efter genomgång ha kunskap om

- Datum och tidpunkter för fältarbete.
- Viktiga rekryteringskriterier.
- Ev kvoter som ska fyllas.
- Antal respondenter som ska rekryteras för varje gruppdiskussion eller djupintervju.
- Tillåtna metoder för rekrytering.
- Särskilda exkluderingar och restriktioner som gäller för respondenter.
- Om utrustning för observation kommer att användas.

Datum och intervjuens längd samt id för fältarbetare ska noteras.

Om belöningar ges ska detta noteras i projektdokumentationen.

Validering av fältarbetarnas datainsamling ska genomföras med jämna mellanrum. Validering sker i syfte att bekräfta att datainsamlingen genomförts enligt instruktionerna i projektet. Validering ska företrädesvis ske före databearbetning och avrapportering, men max 6 veckor efter genomfört fältarbete. Validering ska genomföras av annan person än den som ska valideras.

Valideringen ska ta hänsyn till

- Behovet av validering av alla nyrekryterade fältarbetare när de genomför sina första projekt
- Behovet av validering för fältarbetare som engageras regelbundet. Vid eventuella avvikelser på individnivå ska mer regelbundna valideringar ske.

Om valideringen påvisar eventuella avvikelser eller problem ska åtgärder vidtas på både projektnivå och individnivå.

Kvalitativ datainsamling

Uppgifter om respondenter och hur de har rekryterats ska dokumenteras och finnas tillgängligt för moderator.

Återkontakt och bekräftelse ska göras, om möjligt, mellan rekryteringstillfället och genomförandet av intervjun.

Respondentens identitet ska kontrolleras vid intervjutillfället.

Genomförandet av kvalitativa intervjuer ska göras av personal med erforderlig kompetens och utbildning. Innan fältarbetet ska moderatorn sätta sig in i projektet syfte, de frågor som ska studeras, de stimuli och de särskilda tekniker som ska användas. Moderatorn ska dokumentera eventuella problem eller frågor som uppstår vid intervjuerna. Om respondenterna inte motsvarar rekryteringskraven ska detta rapporteras till lämplig person på företaget och ingå i dokumentationen.

Vid de fall det är möjligt ska fullständig dokumentation upprättas av djupintervjuer och gruppdiskussioner (t.ex. ljud- eller videoinspelningar). Respondenterna ska informeras och godkänna att inspelning görs, användandet av inspelningen och eventuell överlämning till kund eller annan part.

Användning av och eventuell överlämning av inspelning får endast ske för undersökningsändamål om inget annat överenskommit med varje enskild respondent.

Om tredje part (inkl kunden) ska observera genomförandet av intervjun ska respondenten upplysas om detta oavsett var observationen sker.

4. Tvist

Om någon involverad part upplever att företaget inte följer föreskrifterna i detta dokument tas i första hand en dialog mellan berörda parter för diskussion om handlingsplan för att vidta nödvändiga åtgärder. Om ingen samförstånd kan nås mellan parterna bör kontakt med SMIFs generalsekreterare tas för diskussion om hur eventuella kvalitetsbrister bör hanteras. Vid upprepade överträdelser av dessa kvalitetsnormer utan vidtagna åtgärder kan företaget, efter beslut av SMIFs styrelse, fråntas rätten att använda SMIFs kvalitetscertifikat i sin kommunikation.